

課程綱要與教學進度

107 學年度第 1 學期

課程名稱：（中文）行銷管理 （英文）Marketing Management		開課單位	管理學院碩士在職專班經營管理組			
		永久課號	IBM 5714			
授課教師：唐瓊璋						
學分數	3	必/選修	必	開課年級	一	
先修科目或先備能力：						
課程概述與目標： 隨著全球化步伐的加快，中國的快速崛起，以及美國經濟衰退對各國經濟的連鎖反應，以出口為成長動力的臺灣正面臨嚴峻的政治、經濟、產業各方面結構轉型。臺灣企業面對的競爭環境將有很大的變化。他們除了需要在國內市場面對本地與外來廠商的競爭，而在國外也必須面對來自世界各地企業的挑戰。處在這種劇烈轉變的經營環境中，企業人士必須能掌握現代的行銷技巧與策略，才能達到企業的永續經營。此課程偏重於引導學生明瞭行銷在企業運作中所扮演的重要角色，分析如何進行環境掃描與行銷調研來洞悉細分市場戰略、新產品開發與多元化戰略，並透過電腦行銷博弈與個案實例研究，討論行銷管理在實踐時所遇到的難題與解決方法，從中取得經驗與啟示。						
教科書(請註明書名、作者、出版社、出版年等資訊)	1. Kotler, Philip and K Keller, Marketing Management, 14/e, Prentice Hall 2012 2. MARKOPS 電腦行銷博弈, J. Larreche 原著, 唐瓊璋博士編譯 (2001)					
課程大綱		分配時數				備註
單元主題	內容綱要	講授	示範	習作	其他 ¹	
	1. 新經濟啟示錄 (1, 3) 2. 戰略市場管理 (2, 11) 3. 行銷研究 (3, 4) 4. 顧客行為 (6, 7) 5. Markop 模擬遊戲導論(1-4) 6. 市場細分戰略 (5, 8, 10) 7. Markop 模擬遊戲導論(5-7) 8. 產品策略 (9, 12) 9. 價格策略 (14) 10. 渠道零售管理 (15, 16) 11. 整合行銷傳播 (17, 18) 12. 服務與銷售管理 (13, 19) 13. 客戶關係管理 (5, 20) 14. 營銷革命與未來挑戰				Markops game	
教學要點概述： 1 學期作業: Markops game decision, 8 periods						
2. 考試狀況, Final exam						

3.評量方法

學期考試：30%，Markops 市場份額和利潤：30%，小組報告：30%，課堂討論：10%

4.教學方法及教學相關配合事項(如網站、助教、圖書講義及資料庫等), Detailed material available at http://www.cc.nctu.edu.tw/~etang/Marketing_Management/Index_P.htm

- Philip Kotler, Marketing Management, 14/e, Pearson 2012
- Marketing Management Study Guide, Companion Website

師生晤談 (Office Hour)	排定時間	地 點	連絡方式
	每週六下午 14:00-17:00	教授研究室	etang@mail.nctu.edu.tw

教學進度表

週次	上課日期	課程進度、內容、主題
1	每週六上午 9:10 ↓ 12:00	課程介紹：行銷管理簡介
2		新經濟及全球市場
3		行銷研究及大環境審視
4		行銷管理的策略地位
5		消費者行為
6		STP
7		Markops Game 介紹
8		產品策略
9		品牌策略
10		服務 & Markops Game First Round
11		定價策略 & Markops Game Second Round
12		通路管理 & Markops Game Third Round
13		供應商 & Markops Game Fourth Round
14		整合行銷 & Markops Game Fifth Round
15		客戶關係管理
16		行銷延革和未來展望
17		Markops 報告
18		期末考

參考書籍：

http://www.cc.nctu.edu.tw/~etang/Marketing_Management/Index_P.htm

※ 請同學遵守智慧財產權觀念及勿使用非法影印教科書。